Nr. 7. Poznań, dnia 18 lutego 1928. Rocznik 9.

PRZEGLĄD GRAFICZNY

Organ Związku Zakładów Graficznych i Wydawniczych na Polskę Zachodnią z siedzibą w Poznaniu.
Ceny ogłoszeń i przedpłaty znajdują się na stronie ostatniej.
Telefon 2555 — Administracja i Redakcja: Poznań, Stary Rynek 4 — P. K. O. 202868

W sprawie „zdobywania“ druków.

Nigdy nie będzie dobrze w naszym zawodzie, jeżeli się nie pozbędziemy radykalnie błędnych sposobów zdobywania prac drukarskich. Prawdą jest, że za wielka ilość powstałych w ostatnich czasach zakładów drukarskich zmuszona jest na wszelki sposób walczyć o to, aby się na powierzchni utrzymać, aby maszyny miały żer, aby być w możności opłacić personał, podatki, patenty i tym podobne rozmaitości.

Ponieważ nie do każdej drukarni klientela sama przychodzi ze zamówieniami, a nie było jeszcze takich czasów, żeby do drukarni publiczność waliła jak do biura podatkowego, właściciele zakładów posługują się rozmaitej kategorji argumentami. I nie w tem leżałoby zło, bo drukarnia, położona gdzieś w odludnym kącie miasta, musi szukać klienteli wszelkimi środkami.

Lecz dobór ludzi do tych celów powinien być staranniejszy.

Kto dziś już wszystko nie jest komiwojażerem na druki, przechodzi ludzkie pojęcie! Różnego rodzaju typy o spaczonej opinji i niewyraźnej kondycji zbierają druki na własną rękę, a potem zanoszą je do drukarni, domagając się 10—15 proc. prowizji. A taki pan jest zwykle mądrzejszy od drukarza samego... On nie potrzebuje kalkulować długo, ażeby wypośrodkować cenę za jakąbądź pracę, jak to czyni fachowiec. On wie już z niezbitą pewnością, że 1000 kopert kosztują z drukiem 8 zł., 1000 pocztówek (wszystko jedno czy z jedno- czy z dwustronnym drukiem) mają u niego murowaną cenę 10 zł., a setkę wizytówek może on „śmiało“ dostarczyć za 2,50—3 zł. Kpi sobie z wszelkich prawideł kalkulacyjnych a naiwnemu drukarzowi zawsze udowodni, że o ile ten ostatni nie chce pracy tej za tą cenę wykonać, znajdzie 10-ciu innych, którzy to z chęcią uczynią, ba! dadzą mu nawet większy procent prowizji. Taki biedny drukarz nie zdaje sobie sprawy z tego, że jest wykorzystany, gdyż z takiemi cenami nie zarabia nic, tylko traci, a czysty zarobek bierze bez skrzy-

wienia rąk jego „podróżujący“, który nie opłaca patentów, podatków obrotowych, dochodowych itp.

A nie należy zapominać, ile takie osoby szkodzą nam w opinji u kienteli. Taki pan kręci się jak w ukropie stale po mieście, zawiera różne znajomości, szkaluje każdą drukarnię, która z nim nie chce wejść w kontakt lub z którą kiedyś zerwał stosunki, jednem słowem wytwarza zamęt w pojęciach o etyce kupieckiej w naszym zawodzie.

Jeżeli stanowczo nie zerwiemy z zwyczajem kalkulowania „na oko“ i nie będziemy się starali dostosować cen do wydanego „Przewodnika kalkulacyjnego“, drukarnie nasze w niezadługim czasie zejdą do rzędu bankrutów, którzy się tylko cudem trzymają na powierzchni, wywijając karkołomne sztuki, aby się nad nimi dach nie zawalił. A mamy przykłady, właśnie w ostatnich czasach, że bankructwo to, coraz śmielsze na naszym gruncie stawia kroki! Uprzytomnijmy sobie tylko, jak tam gospodarowano i jak się w niektórych jeszcze dotąd gospodarujemy! Gdy porównamy tą ich gospodarkę z własną, natenczas niejeden z nas z przerażeniem oczy otworzy.

Czy akwizycja na druki wogóle jest korzystną, jest rzeczą bardzo wątpliwą. O ile druki zbiera sam właściciel drukarni, natenczas nie ulega wątpliwości, że będzie on umiał możliwość granic w cenach sam wyczuć. Lecz gdy się posługuje agentem, któremu 10 proc. prowizji płaci, a ten ostatni jeszcze ustala śmiesznie tanie ceny, aby zdobyć zlecenie, wówczas już jest rzeczą wprost niezrozumiałą, jak się taki zakład ma rozwijać.

A jak dużo nieraz czyni się zabiegów, połączonych z kosztami, aby „zdobyć“ druki urzędowe! Tymczasem na tych właśnie robotach drukarz po większej części nic nie zarabia. Nasze władze są już przez rozmaite skoki konkurencyjne tak doświadczone, że znają prawie na pamięć ceny, które im kiedyś jakiś nieudolny agent lub lekkomyślny drukarz postawił, a człowieka, któryby stawił ceny unormowane w cenniku, przyjmą tylko z politowaniem i niejednokrotnie go wyśmiewają.

Taki stan rzeczy spowodowało owo „zdobywanie“ żeru na maszyny za wszelką cenę. Powoli zatracamy swą godność osobistą, stawiamy wobec klienteli w powątpiewanie nasze zdolności kupieckie czy kalkulacyjne i niszczymy zakłady.

Nawet niektórzy właściciele zakładów graficznych czy kierownicy twierdzą niejednokrotnie: „Panie, gdybym ja miał moim klientom liczyć podług cennika, musiałbym budę zamknąć, bo żadna robota by nie wpłynęła!“

Możnaby wobec tego zrewidować cennik: generalja ustanowić tak, aby obliczone były na jaknajwczesniejsze wymarcie zawodu graficznego w Polsce, tak aby druki zamawiano zagranicą!

Mam wrażenie, że w sprawach kalkulacyjnych na ogół za mało dyskutuje się na zebraniach czy wspólnych pogadankach. Panuje pod tym względem jakaś dziwna obojętność. Nas interesują przedewszystkiem wszystkie inne sprawy: polityka, sporty, radjo itp. imprezy a na samym szarym końcu nasz najżywotniejszy interes, tj. nasz zawód. Nieco więcej inicjatywy z stron miarodajnych byłoby tutaj rzeczywiście na miejscu.

Poprawa, choćby późna, zawsze jest zbawienna. Dlatego zalecałoby się wniknąć głębiej w powyższe rozpatrywania i poczynić stosowne zabiegi, gdyż gruntowny przewrót jest konieczny. *Kb.*

Rozstrzygnięcie konkursu na znak fabryczny „Farby Polskiej“ w Poznaniu.

Ogłoszony przez „Farbę Polską“ konkurs na znak fabryczny został rozstrzygnięty 12 b. m. Zainteresowanie między naszymi artystami-zdobnikami konkursem tym było poważne, bo nadesłano 107 prac. Zebrane w dniu 12 b. m. jury składające się z pp. Antoniego Kawczyńskiego, Teodora Kryga, Jana Kuglina, prezesa Edwarda Pawłowskiego, artysty malarza St. Wróblewskiego oraz niżej podpisanego nagrodziło pracę pod godłem „Sfinks“ I nagrodą, pracę pod godłem „Czapla“ II nagrodą, pracę pod godłem „Czarno-biały“ III nagrodą. Pozatem zakupiono prace oznaczone godłami „Pegaz“, „Astra“, „Łowicz“ i „Gryf“.

Interesujący konkurs „Farby Polskiej“ przyczynił się do poruszenia następującego: Czem jest znak fabryczny, jakim powinien być znak fabryczny?

Znak fabryczny w ujęciu graficznem, malarskiem czy też w jakimkolwiek innem plastycznem, ma na celu krótkim i zwięzłym sposobem optycznym działać na ludzi. Ma on mówić, że produkt oznaczony nim, fabrykuje takie a nie inne przedsiębiorstwo. Pozatem ma przez swój wyraz strzedz towar przed podrabianiem specjalnych jego właściwości, co się dzieje przez równoczesne zarejestrowanie znaku fabrycznego w Państwowych Urzędach Patentowych. Znak ochronny bywa też również czasem wyrażeniem idei pewnego przedsiębiorstwa, posiadając w sobie, że tak powiemy pewien „Leitmotiv“ w ujęciu literackiem czy też plastycznem. Widzimy więc z



I. nagroda
Godło „Sfinks“ — P. Melanja Ostrowska, Poznań, ulica Niegolewskich 6.

powyższego, że skomponowanie i zadecydowanie znaku ochronnego dla przedsiębiorstwa jest rzeczą trudną, tem bardziej więc należy podkreślić konkurs „Farby Polskiej", bo świadczy to o tem, że przedsiębiorstwo to traktuje siebie i swoje zamiary serjo — poważnie. Znak fabryczny powinien więc nasamprzód w ujęciu być jak najprostszem, ażeby dał się zastosować w każdej technice, wyrażać jak najwięcej charakterystycznej cechy dla produktu danego przedsiębiorstwa. Jeżeli pozatem znak fabryczny ma być ochroną na dany artykuł, powinien posiadać w sobie motyw oryginalny i tak charakterystycznie i oryginalnie ujęty, ażeby jego jakakolwiek przeróbka była wykluczoną; zaś artystyczne walory znaku ochronnego będą świadczyły o godności i o kulturze ogólnej posługującego się nim przedsiębiorstwa.

Z nadesłanych na konkurs „Farby Polskiej" prac zdecydowano nagrodzić I nagrodą pracę pod godłem „Sfinks" p .Melanji Ostrowskiej z Poznania, pracę, która najbardziej dochodzi w swoich walorach użytkowych i estetycznych, potrzebnych do celowego znaku fabrycznego. Nagrody II i III świadczą o tem, że ludzie, którzy je robili, opanowali stronę zdobniczą i kompozycyjną, przy wysiłku jednakże swoim za mały kładli nacisk na celowość swego zadania. Prace zakupione posiadają poprzednio podane warunki w większej czy też mniejszej mierze, żadna z nich jednakże nie jest dostatecznie pojętą, ażeby wyrażała dobrze istotę znaku fabrycznego.

Prace z konkursu „Farby Polskiej" wystawione są w salonie Wielkopolskiego Związku Artystów Plastyków przy Placu Wolności 14 a w Poznaniu, mamy więc nadzieję, że wzbudzą jak najwięcej zainteresowania w kołach przemysłowych i artystycznych. Konkurs „Farby Polskiej" jest bowiem w etapie naszej polskiej twórczości reklamowej ciekawem zjawiskiem nie tylko o wartościach praktycznych, lecz także poniekąd i historycznych dla swojskiej reklamy. *M. Ziółkowski.*



III. nagroda
Godło Czarno-biały — P. Konwerski, Państwowa Szkoła Sztuki Zdobniczej w Poznaniu.



II. nagroda
Godło „Czapla" — P. Ludomiła Lanżanka, Poznań, ulica Słowackiego 19.

Z chwili bieżącej

Echa międzynarodowej wystawy prasowej w Kolonji. Wystawa międzynarodowa prasy, „Pressa", w Kolonji jest pierwszą imprezą wystawową o charakterze międzynarodowym Niemiec powojennych. Wystawa zapowiada się okazale; zaznaczyć należy, że w okresie wystawowym obradować będzie w Kolonji sto międzynarodowych kongresów. Z krain europejskich żadna nie zabraknie, nawet Rosja bierze udział w wystawie. Z krain pozaeuropejskich przyrzekły dotychczas nadesłanie cennych eksponatów Japonja, Chiny, Turcja azjatycka oraz północny i południowy kontynent amerykański.

Wystawa „Pressa" wzbudzi szczególne zainteresowanie nietylko wśród dziennikarzy i drukarzy, lecz także w kołach uczonych. Główne działy wystawy są następujące: obraz historyczny rozwoju prasy, począwszy od dziennikarstwa u starych Chińczyków i Egipcjan aż do chwili współczesnej; przedstawienie techniki prasowo-informacyjnej począwszy od przesyłania znaków prymitywnych aż do najnowszej formy telegrafji obrazowej. Dalsze specjalne działy wystawy prasowej przedstawią znaczenie prasy wobec rozwoju sztuk pięknych oraz wpływ na ruch polityczny i społeczny kobiet. Wielkie znaczenie, mianowicie politycznie aktualne, przypisuje zarząd wystawy osobnej wystawie szwajcarskiej: Opanowanie zatar-

gów językowych i mniejszości narodowych za pomocą doskonałej gazety.

Przed zatargiem zarobkowym w Niemczech. Zarząd Stowarzyszenia Pracowników Drukarskich w Niemczech „Verband der Deutschen Buchdrucker" wypowiedział obowiązującą z dniem 2 marca 1927 r. umowę w przedmiocie myt drukarskich, ważną do 31 marca 1928 roku. Wypowiedzenie umowy rzeczonej uzasadnione jest wskazaniem na podrożenie komornego o 20 proc. oraz zwiększeniem drożyzny żywnościowej. Ponieważ starania o zwyżkę płac w listopadzie roku zeszłego nie miały powodzenia wskutek odmownego stanowiska Stowarzyszenia Właścicieli Zakładów Graficznych, przeto zarząd Stowarzyszenia Pracowników Drukarskich umowę w czasie przepisanym wypowiedział.

Jakie stanowisko zajmie obecnie Stowarzyszenie Właścicieli Zakładów Graficznych w Niemczech dotychczas nie wiadomo. Czy pracownicy strajkować będą, również nic pewnego nie donoszą. — Stowarzyszenie Pracowników Drukarskich posiada dosyć poważne kapitały. W trzecim kwartale 1927 roku zebrali 1 916 3(8, a wydali na zapomogi 1 394 552 marek. Majątek Stowarzyszenia pracowników w tym czasie wzrósł z 5 530 598 na 6 052 443 marek niemieckich. W tym samym okresie liczba wspieranych inwalidów w Stowarzyszeniu wzrosła z 1955 na 2044.

Tegoroczna nagroda literacka miasta Lwowa. Magistrat miasta Lwowa uchwalił nagrodę literacką i naukową na rok bieżący wysokości 5000 złotych.

Instytut gazeciarski uniwersytetu w Halle został w ostatnich miesiącach tak dalece rozbudowany, że w połowie stycznia roku bieżącego został oddany do użytku publicznego. Kierownikiem wspomnianego instytutu prasowego mianowano prof. dr. Fleischmana; rektorat objął dr. Lueddecke. Instytut prasowy nie ma posiadać bynajmniej charakteru fachowej szkoły dziennikarskiej, gdyż technika dziennikarska adepci dziennikarscy najlepiej przyswoją sobie w redakcji. Zadaniem instytutu prasowego w Halle ma być podawanie wyników badań naukowych prasie, w sposób przystępny dla czytelników.

Echa graficzne z Drezna. Saskie Stowarzyszenie Sztuk Pięknych urządziło w większym stylu wystawę prac graficznych Maxa Slevogta. Wystawa obfituje w liczne illustracje, szczególnie litografje, do bajek Grimma lub powieści Coopera i tym podobne, na papierze japońskim wykonane, dalej wzory exlibrisów i kilka projektów ozdobnej oprawy dzieł.

Magistrat i rada miejska uchwaliła 15 000 marek na zakup dzieł i prace introligatorskie dla miejskiej biblioteki.

Pomoc miasta Monachjum dla literatów. Magistrat w Monachjum uchwalił subwencję roczną w sumie 2000 marek jako zapomogę dla literatów, którzy z braku pieniędzy nie mogą swych dzieł ogłosić drukiem. Uwzględniani będą literaci piszący po niemiecku, zamieszkali od przynajmniej pięciu lat w Monachjum. Poszczególna przyznana subwencja autorowi nie będzie przenosiła sumy 500 marek.

Tajna drukarnia rosyjska z epoki carskiej. W Moskwie, przy ulicy Leśnej nr. 55, znajdowała się w latach 1905 i 1906 tajna drukarnia partji socjalistycznej w Rosji. Na zarządzenie obecnego rządu sowieckiego drukarnię rzeczoną przywrócono do pierwotnego stanu oraz zezwolono na zwiedzanie jej przez publiczność. Ażeby zmylić czujność policji carskiej znajdował się na froncie domu skład owocowy pod firmą: „Owoce kaukazkie en gros" właściciel Kalandadre. W sklepieniach tego domu ukryty ganek prowadził do podziemnej ubikacji, w której urządzono drukarnię. W oficynie tej drukowano pismo „Raboczyj" (Robotnik), komunikaty socjalistyczne, odezwy do żołnierzy, ulotki i inną literaturę rewolucyjną. Personel techniczny składał się z czterech drukarzy, których wizerunki umieszczono na ścianie.

Kamienie litograficzne na Kaukazie. Odkryte nad rzeką Algietką pod Białym Kluczem pokłady kamieni litograficznych dały wyniki doskonałe. Około 300 płyt owych kamieni litograficznych wypróbowano w zakładach litograficznych w Tyflisie i Moskwie; wynik był zadowalający. Wobec tego, na mocy uznania sowieckiego komitetu poligraficznego, postanowiono posługiwać się w zakładach litograficznych w Sowietach krajowymi kamieniami litograficznymi, a dowóz zagranicznych, ze Solenhofen, zmniejszyć o 50 procent. Dotychczas zamówiły litografje rządowe 600 kamieni po 200 rubli za sztukę. Ponieważ świeżo odkryto zakłady kamieni litograficznych także w powiatach Duszet i Telaco, przeto istnieje przekonanie, że Rosja obyć się może zupełnie bez zagranicznych kamieni litograficznych.

Drukarstwo i papiernictwo w Chile. Według najnowszej statystyki tego południowo-amerykańskiego kraju naliczono tam 155 drukarń dziełowych, 15 zakładów litograficznych, 10 fabryk kartonażu i 3 fabryki torebek papierowych. Wydawnictw gazetowych codziennych naliczono 101, tygodników 218, a innych perjodycznie wychodzących czasopism wraz z miesięcznikami 456, czyli razem 775 wydawnictw.

Prusy wydawają gazety polityczne. Niedawno temu powiększono kapitał zakładowy należącego się państwu pruskiemu zakładu graficznego „Preussische Druckerei und Verlagsanstalt A. G." w Berlinie o 2 miljony marek. Koła fachowe w Niemczech sarkają na nadużywanie pieniędzy rządowych na wydawnictwa polityczne; za wspomniane 2 miljony marek ma bowiem wychodzić gazeta polityczna „Neue Preussische Abendzeitung", którąby była w kontakcie z pruskiem ministerstwem spraw wewnętrznych i służyła zwalczaniu wydawnictwa komunistycznego „Welt am Abend". Również z funduszy rządowych powstać ma wydawnictwo gazety południowej, służące socjalnej demokracji.

Gazeta hebrajska drukowana pismem łacińskiem. Wydawca wychodzącej w Jerozolimie gazety hebrajskiej „Doar Hayom" zamierza wydawać nowe czasopismo hebrajskie, któreby odmiennie od wszystkich dotychczasowych gazet żydowskich w Palestynie drukowane było antykwą. Przewodnią myślą tego przedsięwzięcia jest wzbudzenie w szerokich kołach chęci wyuczenia się mowy hebrajskiej; wielu bowiem ludzi odstrasza trud przyswojenia sobie zdolności odczytywania pisma hebrajskiego.

Dwuwiekowy jubileusz gazety. Wychodząca nakładem firmy Reuss i Issa w Konstanz nad jeziorem Bodensee gazeta „Konstanzer Zeitung" obchodzi w roku bieżącym dwustuletni jubileusz istnienia.

PRZEGLĄD PAPIERNICZY

Organ Stowarzyszenia Polskich Kupców Papierniczych w Poznaniu

Sprawa szkolenia fachowych sprzedawaczek.

(Ciekawe sposoby szkolenia w Ameryce).

W naszych składach galanteryjno-papierniczych, jak Polska długa i szeroka, zatrudnionych sprzedażą jest mnóstwo sprzedawaczek. O zdolnościach handlowych tych współpracowniczek przedsiębiorstw, o których mowa, panuje różne przekonanie; mianowicie często się słyszy uwagę: jaki pan taki kram. Bynajmniej twierdzić nie chcemy, ażeby personel składów galanteryjno-papierniczych był u nas najgorszy, lecz na zebraniach fachowych od razu do razu padały uwagi dotyczące potrzeby szkolenia fachowego sprzedawaczek zajętych w składach papierniczych.

Wiadoma to przecież rzecz, że doskonała sprzedawaczka to klejnot przedsiębiorstwa galanteryjno-papierniczego. Posiada ona i u nas szanse wybicia się na kierownicze stanowisko, chociaż w rzeczy samej rzadko to zachodzi, bo nie każde młodziutkie dziewczę, chociaż ochoczo wstępujące do interesu i pomimo, że posiada wrodzony talent do handlu rokuje bez wszystkiego doskonałą sprzedawaczkę. Ażeby nią zostać — na to potrzeba wprawy, fachowego znawstwa towaru, wyszkolenia. W Ameryce pod tym względem postęp jest widoczniejszy aniżeli u nas w Europie, stąd niezawodnie naszych czytelników zainteresuje to, co w tej materji świeżo ogłasza nauczycielka handlowa Anna Schreiber w czasopismach zagranicznych po powrocie z podróży informacyjnej w różnych miastach amerykańskich:

W Ameryce nie zna się właściwego „terminu nauki" dla sprzedawaczek, stąd od samego początku wstąpienia do interesu tem większą uwagę poświęca się używaniu jej w sprzedaży towarów. Przedsiębiorstwa handlowe w Ameryce nie angażują żadnej dziewczyny nie liczącej 16 lat (jest to bowiem ustawowo zakazane — przyp.). Przeważnie angażowane bywają dopiero z ukończonym 18 rokiem życia. W takim razie atoli odrazu zaimują te handlowo niedoświadczone kobiety sprzedażą towarów. W pierwszych dniach nad niedoświadczoną nowowstępującą sprzedawaczką czuwa dyrektryza handlowa, która za każdą nowicjuszkę handlową, o ile w ciągu pierwszego tygodnia nie wystąpi z interesu, pobiera tygodniowo dolara dodatkowo do swej pensji. Szkolenie nowicjuszki handlowej — tak zwany training — przez dyrektryzę handlową odbywa się przeważnie nad ranem, w pół godziny przed otwarciem i pół godziny po zamknięciu interesu. Często nawet szkolenie nowicjuszek handlowych odbywa się w godzinach popołudniowych i wieczornych.

Szkolenie to, które zazwyczaj trwa dopóty, dopóki poszczególna sprzedawaczka wogóle nie wystąpi z przedsiębiorstwa handlowego, odbywa się według z góry ułożonego programu. Czuwanie nad wykonaniem programu szkolenia żeńskiego personelu handlu niekoniecznie zawsze spoczywa w ręku dyrektora personalnego, szkoleniem w sztuce sprzedaży zajmują się także oficjalistki jego wydziału. Na wstępne szkolenie uważa się przeważnie trzy godzinne lekcje za wystarczające. Pozatem odbywa się możliwie codziennie, a przynajmniej raz w tygodniu zgromadzenie całego personelu handlowego i to przeważnie rano, zaraz po zjawieniu się personelu w interesie. Głównym tematem zgromadzenia całego personelu jest zazwyczaj omówienie towaru poleconego przez inserat gazetowy. Zgromadzenia zespołu oficjalistek handlowych i wspólne omawianie oraz ocena towarów krzewią dobry stosunek pomiędzy zespołem personelu handlowego a przełożonymi tegoż, na co wpływa dodatnio wymiana spostrzeżeń i doświadczeń z praktyki handlowej. Zalety towaru, które podczas sprzedaży należy przedstawić klienteli bywają wyczerpująco na tych zgromadzeniach omówione tak pod względem surowca użytego na wyrób poszczególnego towaru, jakoteż przebieg produkcji oraz szczególne zalety danego towaru. Szkolenie wydziałowe personelu rzadko się odbywa; nie godzą się nań zazwyczaj ani kierownik przedsiębiorstwa, ani też szefowie wydziałowi. Jeżeli atoli personel handlowy podzielony został na specjalne wydziały sprzedaży, a szef wydziałowy właśnie widzi szkolenie personelu w sprzedaży towaru należącego do jego wydziału, a który to towar nazajutrz zalecany będzie w inseracie gazetowym, wówczas sam przyczynia się do szkolenia personelu, wymieniając przed nim dalsze cechy i zalety oraz postronne szczegóły o w rachubę wchodzącym towarze.

Szkolenie sprzedawaczek w kierunku znawstwa przez nie osobiście sprzedawanych towarów jest gruntowne. W takim razie pokazuje się personelowi, o ile to tylko możliwe, surowiec z którego dany towar został wyrobiony, naprzykład jeżeli chodzi o sprzedaż futer pokazuje mu się wypchane zwierzę, z którego futro zostało zrobione, wyjaśnia mu się obróbkę i konserwowanie tychże oraz zalety poszczególnych futer, ażeby personel handlowy wobec klienteli wszystkie cechy i zalety mógł przedstawić i swem towaroznawstwem zdołał zaimponować. Każdy nowo zaprowadzony w interesie towar bywa przez dwa do trzech tygodni omawiany na zgromadzeniach porannych, przed otwarciem interesu. Następnie przez 5 do 6 dni następują specjalne lekcje sprzedaży nowozaprowadzonego towaru.

W związku z tem wszystkiem szkoli się młodsze sprzedawaczki we wszelkich zadaniach pisemnych, które dla nich przychodzą w rachubę. Młodsze sprzedawaczki bywają przez siły pomocnicze obesrwowane i szkolone. Dyrektor personalny czuwa nad przeprowadzeniem programu szkolenia. Raz w tygodniu żąda sprawozdania z przebiegu szkolenia.

Wytwarzanie papierów fotograficznych.

Wytwarzanie materjału światłoczułego nie należy do łatwych rzeczy i to nietylko dla tego, że wszelkie czynności produkcyjne odbywać się muszą przy skąpem oświetleniu barwy czerwonej, lecz także dla tego, że szereg skomplikowanych zadań chemicznych można tylko wykonać jedynie pracą najtroskliwszą, ażeby produkt pracy — papier fotograficzny — był doskonały.

Nawet papier surowy, na którym usadowioną zostanie warstwa światłoczuła, należy starannie zbadać i zaprawić. To zaprawienie papieru przed usadowieniem warstwy światłoczułej nazywa się barytowaniem papieru. Pod tem określeniem rozumieć należy powłokę z zgęstniałego kleju, do którego dodaje się dawkę białej lub lekko zabarwionej masy dopełniającej. Gładzonym gatunkom papieru daje się białą powłokę z żelatyny zawierającej baryt, która stanowi warstwę izolacyjną pomiędzy papierem a emulsją. Przez to papier zostaje odgrodzony od warstwy światłoczułej i wsiąkanie tejże w pilśń zostaje udaremnione. Barytowany papier wędruje w rolach do ubikacji, w której produkuje się papier fotograficzny.

Fabrykacja papieru fotograficznego rozkłada się na dwa główne działy: wytwarzanie emulsji fotograficznej i pokrywanie nią barytowanego papieru. Emulsją nazywamy roztwór substancji koloidalnej, jak żelatynę lub kolodjum, które ciała światłoczułe, a więc bromek srebra lub chlorek srebra, w rozrzedzonym stanie w sobie zawierają. Istotne cechy gotowego papieru, jakoto twardość lub miękkość, tonacja, świetlistość i inne uwarunkowane są osobnymi rodzajami składu i przyrządzania tych emulsyj. Skomplikowanych fizykalno-chemicznych przebiegów produkcji tej nie można w ramach artykułu bez poparcia wskazówką w laboratorjum poszczególnie przedstawić, to tylko zaznaczyć wypada, że naprzykład przez ogrzanie lub zaprawienie emulsji dodatkami wpłynąć można na jej doskonalenie, to znaczy, że emulsja staje się wraźliwszą, gruboziarnistszą lub połyskliwą.

Olbrzymie kotły-mieszadła w gotowalni emulsji zaopatrzone są w dyficylne przyrządy, regulujące automatycznie temperaturę i okres gotowania. Ponieważ emulsja jest bardzo wraźliwą na metale i najdrobniejsze zanieczyszczenia, przeto zaleca się, ażeby wszystkie przedmioty służące do sporządzenia tejże były z porcelany lub srebra wykonane.

Zwiedzającego fabrykę papierów fotograficznych najwięcej zastanowi pokrywanie papieru emulsją. Do poszczególnych ubikacyj fabrycznych wstępuje się przez ciemnicę (celę ciemną). Za pomocą mechanizmu pomysłowego drzwi wewnętrzne, prowadzące do pracowni, otwierają się dopiero z chwilą, gdy zewnętrzne drzwi ciemnicy się zamknęły. Chodzi przecież o to, ażeby żaden promyk światła dziennego do pracowni nie wtargnął. Wchodząc do pracowni, wskutek słabego, ciemnoczerwonej barwy oświetlenia nie widzi się zrazu niemal nic. Powoli dopiero wzrok zwiedzającego się zaostrza, tak że może odróżniać kontury maszyn odlewniczych. Maszyny te papier barytowany przeprowadzają z odwijadła przez kadź napełnioną emulsją płynną. Następnie taśma papieru przechodzi przez chłodnię, ażeby emulsja na niej usadowiona stężała. Preparowany w ten sposób papier przejmowany bywa następnie przez podobny do znajdujących się w suszarniach tapet przyrząd, który go przeprowadza przez ciemny tunel o tysiąc metrów długości. W końcu swej wędrówki papier fotograficzny w cieplarniach przewietrzanych bywa zupełnie osuszony i z powrotem na zawijadle zrolowany.

Każda maszyna odlewnicza produkuje dziennie około cztery tysiące kwadratowych metrów papieru fotograficznego, co w przeciągu miesiąca czyni razem około 8 miljonów kart fotograficznych o wielkości pocztówek.

Rozwinięty papier emulsjonowany przechodzić jeszcze musi daleką drogę przez ciemnice fabryczne. Role papieru fotograficznego rozcinają specjalne maszyny na stosowane w praktyce fotograficznej formaty papieru, a skrawki przeznaczone na pocztówki fotograficzne wędrują pod tłocznię w celu nadruku stosownego na stronie niepokrytej emulsją. Każdy skrawek papieru fotograficznego bywa jeszcze raz badany, czy czasem na nim niema najmniejszego błędu. Obok krajalni i sortowni jest położona pakownia papieru fotograficznego, w której papier się liczy, opakowuje i etykietuje.

Wszystkie te prace wymagały dawniej starannych środków zaradczych przed uszkodzeniem przez światło dzienne, wymagały też niezwykłej schludności, gdyż najmniejsze przewinienia pod tym względem wywoływały na papierze fotograficznym plamy względnie starcia na emulsjonowanej stronie papieru. W ostatnim czasie udało się produkowanie papierów odporniejszych pod tym względem.

Obok właściwego zakładu fabrycznego znajdują się jeszcze poboczne pracownie. W laboratorjum czuwa się nad skomplikowanym sposobem zaprawiania papieru, bada się surowce, których równolita właściwość i doskonałość dopiero zaręczyć może o jednolitości fabrykatu. Laboratorjum fabryki papieru fotograficznego atoli ma jeszcze to nader ważne zadanie, ażeby badało teoretycznie zasadnicze warunki, na podstawie których możnaby umożliwić dalsze doskonalenie produkcji, o której mowa w tym artykule. Jak w każdej innej dziedzinie, tak i na polu produkcji papieru fotograficznego technika nowoczesna, pomysłowa jak nigdy przedtem, nie wypowiedziała jeszcze ostatniego słowa.

Notatki

Dwuzłotówki papierowe, po wielkiej części już wycofane z obiegu, posiadają wartość obiegową do 31 marca 1928 roku poczem zupełnie zastąpione zostaną monetą brzęczącą.

Kolorowe papiery listowe. Od szeregu lat istnieją już kolorowe papiery listowe i to nietylko w delikatnym tonie barwy kości słoniowej, o miłem zabarwieniu różowem, jasno-liljowem, zielonawem i zielonem oraz w jaskrawym kolorze czerwonym, zbliżonym do pompejańskiej barwy czerwonej. Gdy pismo na papierach jasnokolorowych również łatwo było czytelne, jak na papierach barwy białej, to na czerwonych papierach listowych pismo niezbyt pochlebnie się prezentowało. Atoli i na białych papierach listowych niejedno pismo raziło oczy, niejedno nawet było słabo czytelne. Trudno, białego atramentu, któryby nie zardzewiał pióra, a był czytelny, nie posiadamy przecież. Są atoli atramenty jeszcze o zabarwieniu niebieskiem, zielonem i fioletowem, które na koloryzowanych papierach miłe wywołują wrażenie. Obecnie, zwłaszcza za granicą, ponownie ujawnia się w najnowszych papierach listowych gust w kierunku używania do korespondencji prywatnej kolorowych atramentów i koloryzowanych papierów listowych. Dla czegóżby też w czasach, w których dominuje pismo maszynkowe, list eleganckiej i czułej przynajmniej damy nie miał obok charakterystycznej cechy pisma ręcznego odznaczać się kolorem papieru i atramentu! Bardzo wiele listów prywatnych pisanych bywa też w tym celu, by adresatowi ujawnić względnie przypomnieć istotę autora względnie autorki listu, co przy pomocy odpowiedniego koloru atramentu względnie papieru oraz charakteru pisma doskonale udać się może. Gust i lubowanie się w pewnych kombinacjach kolorystycznych, kultura wysławiania się, ujawniają się przy tem wybitnie.

Producenci papieru oraz kupcy papiernicy powinni się zainteresować nowopowstałym, nowoczesnym kierunkiem używania papierów koloryzowanych i atramentów kolorowych, ażeby temu niedrogiemu luksusowi służyć, który posiada tę zaletę, że jest rzeczywiście pięknym i niedrogim, a do tego kulturę papierów ożywiającym.

Uczczenie dawno zmarłego fabrykanta papieru w Danji. W 150-letnią rocznicę urodzin duńskiego fabrykanta papieru, Jana Krzysztofa Drewsena, złożyło stowarzyszenie kupców papierniczych w Danji oraz firma „De Forenede Papirfabriker" wieńce na grobie wspomnianego na cmentarzu w Sölleröd. W starej, dziś już nieistniejącej fabryce papieru w Strandmöllen nad zatoką Oeresund pod Kopenhagą był już jego dziad jako mistrz papierniczy czynnym (poprzednio przez pewien czas w Lachendorf pod Hanowerem); on sam odziedziczył fabrykę po ojcu swym. Objąwszy zarząd fabryki wsławił się w historji papiernictwa krajowego zaprowadzeniem pierwszej tłoczni hydraulicznej, pierwszej (angielskiej) maszyny parowej i pierwszej maszyny papierniczej w Danji; stąd żyje nadal pamięć o nim we fachowych kołach. J. K. Drewsen zmarł w roku 1851. Część budynku, w którym przez setki lat żył i pracował ród Drewsenów, przy drodze nadbrzeżnej pod Skodsborg istnieje jeszcze, został odnowiony i otoczony ochroną pomnikową. Pamiętnik J. D. Drewsena ukazał się przed kilkunastu laty jako książka p. t. „Memoirer og Breve" we firmie „Clausen & Rist Reihe".

Kontyngent papieru dla dostaw reparacyjnych z Niemiec do Francji. Według informacji francuskiego ministra finansów został na rok bieżący ustalony kontyngent papieru na dostawy reparacyjne dla Francji. Niemcy w roku bieżącym dostarczyć muszą Francji 50 000 tonn papieru gazetowego, 8000 tonn papieru satynowanego i 3000 tonn papierów drukarskich. Importerzy papieru powinni zgłosić się do właściwego francuskiego urzędu do 31 marca 1928 r.

Międzynarodowe targi księgarskie we Florencji. Z nastaniem wiosny otwarte zostaną międzynarodowe targi księgarskie we Florencji pod protektoratem króla włoskiego i prezydjum honorowem Mussoliniego. Prezydentem rady administracyjnej wspomnianych targów mianowany został minister oświaty Federle, któremu do pomocy wyznaczono nakładcę Mondodari i właściciela fabryk papieru we Fobriano, Millianiego.

Z filatelistyki rosyjskiej. Z okazji dziesięcioletnej rocznicy istnienia czerwonej gwardji sowieckiej, wydaje sowiecki komisarjat pocztowy kilka specjalnych znaczków jubileuszowych. Jeden z wspomnianych znaczków pocztowych, 8 kopiejkowy, zaopatrzony jest w wizerunek Kremla z grobowcem Lenina, przed którym stoi krasnoarmiejec z karabinem w ręku. Znaczek 14 kopiejkowy ujawnia w swej ilustracji uzbrojonego marynarza, a za nim wsławiony podczas rewolucji sowieckiej krążownik „Aurora". Dalej ujawnia 18 kopiejkowy znaczek kawalerzystę sowieckiego, a 28 kopiejkowy sowiecki samolot bojowy.

Skrzynki tekturowe dla konserw rybnych. Pierwsze zlecenie na dostawę skrzynek dla konserw rybnych, w miejsce dotychczas używanych skrzynek drewnianych, otrzymała od jednej z wielkich fabryk konserw rybnych w Stavanger pewna wschodnio-norweska miażdżarnia drzewa połączona z fabryką tektury. — Używane do opakowania konserw rybnych skrzynki z tektury są znacznie lżejsze od drewnianych i mają oprócz tego tę zaletę, że nie potrzeba ich przybijać gwoździami. Skrzynki tekturowe zalepia się wstęgami papieru.

Pożar w papierni. Przed kilku dniami wybuchł pożar we fabryce papieru, należącej się firmie „Gebrüder Printzen Nachfolger A. G." w Brüggen. Zabudowanie fabryczne wraz z domem, zamieszkiwanym przez dyrektora papierni, spaliło się doszczętnie. Powód powstania pożaru nie został ściśle ustalony; istnieje przypuszczenie, że pożar powstał wskutek samozapalenia się wagonu szmat, przeznaczonych na produkcję papieru, które złożono w zabudowaniu fabrycznem.

Bibljoteka publiczna w cokóle pomnika! W parku Chapultepec, w mieście Meksyku ustawiony został pomnik don Kiszota. W cokóle tego pomnika wmurowana jest skrytka przeznaczona na bibljotekę publiczną, obejmująca wszystkie tomy powieści Cervantesa o błędnym rycerzu don Kiszocie. Za dnia bibljoteka w cokóle pomnika otwartą jest dla użytku publicznego. W ten wielce oryginalny sposób Meksyk uczcił pamięć o Cervantesie.

O utwór sceniczno-dziennikarski. Dyrekcja międzynarodowej wystawy prasowej w Kolonji rozpisała

była konkurs na utwór sceniczno-dziennikarski p. t. „Godzinę w redakcji dziennika“. Utwór ten ma być odgrywany podczas trwania międzynarodowej wystawy prasowej w Kolonji. Dotychczas wpłynęło od autorów około sto utworów scenicznych, gloryfikujących dziennikarstwo i drukarstwo. Wynik konkursu ogłoszony zostanie prawdopodobnie w końcu marca.

Codex Argenteus. Z przechowywanej w Upsali gotyckiej srebrnej biblji rękopiśmiennej biskupa Ulfilasa, spisanej w czwartym wieku po Chrystusie Panu, sporządzono w ostatnim czasie kopje fotograficzne. Królewska biblioteka uniwersytecka w Upsali przekazała kopie te niektórym słynniejszym bibljotekom miejskim i uniwersyteckim jako cenny podarek.

Wiadomości z firm

Drukarnia W. Tomaszewskiego w Poznaniu przy ul. Strzałowej 2a przeszła drogą kupna na własność p. Franciszka Krajny, właściciela Polskiej Agencji Reklamy „Par“ w Poznaniu. Przedsiębiorstwo będzie prowadzone nadal pod firmą „Drukarnia Wydawnicza Fr. Krajna“. — Szczęść Boże!

T. A. „Wielkopolska Papiernia“, Bydgoszcz. Zwyczajne walne zgromadzenie odbędzie się 25 lutego rb. o godz. 12 w południe w Banku Związku Spółek Zarobkowych w Poznaniu, Plac Wolności 15. Na porządku obrad: Sprawozdanie zarządu, przedłożenie bilansu i rachunku zysków i strat za rok 1927, sprawozdanie rady nadzorczej; podział zysków, wybór rady nadzorczej oraz pomniejsze sprawy.

Likwidacja księgarni licealnej w Krzemieńcu. Likwidatorzy spółdzielni z ograniczoną odpowiedzialnością „Księgarnia Licealna“ Koła T. N. S. W. w Krzemieńcu ogłaszają, że w myśl uchwał walnych zgromadzeń, odbytych w dniach 5 i 19 grudnia 1927 roku, postanowiono dokonać rozwiązanie i likwidację spółdzielni. Wierzyciele spółdzielni powinni zgłosić swe pretensje w lokalu księgarni: Krzemieniec, ul. Słowackiego nr. 3

F. Romaszkan, Fabryka Papieru, Spółka Akcyjna w Wadowicach. W rejestrze handlowym sądu okręgowego wpisano: Dyrektorami powyższej spółki ustanowieni zostali Feliks Romaszkan w Wadowicach, Wilhelm Schweitzer we Wrocławiu i Józef Nathansohn w Oświęcimiu, zaś prokurentami Józef Romaszkan i Zofja Romaszkan we Wadowicach zamieszkali.

Spółka Akcyjna dla Wydawnictw Ekonomicznych, Warszawa, Szkolna 10. Komisja likwidacyjna spółki zwołuje na 27 lutego rb. nadzwyczajne walne zgromadzenie o godz. 6 po poł. w lokalu „Tygodnika Handlowego“ w Warszawie. Na porządku obrad rozpatrzenie i zatwierdzenie sprawozdania komisji likwidacyjnej oraz wniosków tejże.

Max Krause oświadcza, że wezwał Drukarnię Polską Tow. Akc. w Poznaniu do zapłaty należności przez swego adwokata w Poznaniu tylko w przeświadczeniu, że Drukarnia wzbrania się zapłaty z powodów od niej zależnych.

Edward Pawłowski jako dyrektor Drukarni Polskiej Tow. Akc. oświadcza, że zwłoka zapłaty należności firmy Max Krauze nastąpiła tylko wskutek przeszkód prawnych w obrocie dewizami zagranicą.

Strony dają wiarę swoim wzajemnym oświadczeniom, o których poprzednio nie wiedziały, stwierdzając, że konflikt wynikł wskutek nieporozumienia. Uważając sprawę za załatwioną, Edward Pawłowski cofa zarzuty, zawarte w artykule pod tytułem: „Papier niemiecki“ w Przeglądzie Graficznym i Papierniczym nr. 44/25.

Powszechna Wystawa Krajowa 1929

Powszechna Wystawa Krajowa wobec prasy.

Na posiedzeniu Rady Głównej P. W. K. w dniu 21 z. m. przyjęto rezolucję, wyrażającą prasie krajowej uznanie za jej współpracę w tworzeniu tego dzieła ogólnonarodowego i za jej obywatelskie na wskroś stanowisko, jakie w tej sprawie zajmuje.

Warunki dla autorów scenarjuszy do jednoaktówek propagandowych P. W. K. w r. 1929.

1. Celem jednoaktówek jest zainteresowanie Powszechną Wystawą Krajową szerokich mas ludności i ściągnięcie na nią jaknajwiększej ilości zwiedzających.

2. Treść jednoaktówek jest dowolną; tematy mogą być zaczerpnięte z dziedziny krajoznawczej, dydaktycznej, naukowej; mogą zawierać pewną dozę humoru. Akcja aktorska dopuszczalna; sztuczne tło (dekoracje w atelier) jest mniej pożądane.

3. Projekty winny być nadsyłane w formie krótkiego opowiadania (styl prosty). Należy unikać wielkiej ilości dialogów, monologów i patosu.

4. Projekt nie powinien przekraczać 2—3 stron pisma maszynowego. Projekty pisane niewyraźnie i z poprawkami nie będą ani rozpatrywane ani zwracane. Pożądane jest pismo maszynowe.

5. Projekty nadające się do sfilmowania, zostaną zakupione przez Powszechną Wystawę Krajową w porozumieniu z autorem, a nazwisko autora będzie podane i na filmie i w prasie.

6. We wstępie należy uwidocznić: 1) tytuł filmu, 2) imię i nazwisko autora, 3) myśl przewodnią scenarjusza, 4) rodzaj filmu (patrz § 2), 5) datę wysłania.

Powszechna Wystawa Krajowa w r. 1929 T. z.
Wydział Propagandy.

Ogłoszenia: 1/1 strona 80 zł, 1/2 str. 40 zł, 1/4 str. 20 zł, 1/8 str. 10 zł, 1/16 str. 5 zł, 1/32 str. 2.50 zł. Na str. I. okładki 100%, na stronie II, III i IV okł. 50 % więcej. Dla poszukujących posad 50 % opustu. Numery okazowe i dowodowe opłaca się. Ogłoszenia przyjmuje się do środy rana godz. 9.

Przedpłata kwartalna 6.00 zł, miesięczna 2.00 zł, z dostawą w dom. Numer pojedyńczy 50 gr.

Konto czekowe P. K. O. Nr. 202 868
Wydawca: „Związek Zakładów Graficznych i Wydawniczych na Polskę Zachodnią z siedzibą w Poznaniu“. Stary Rynek Nr. 4. Telefon 25 55.
Redaktor odpow.: Teodor Kryg w Poznaniu.
Rękopisów niezamówionych nie zwracamy.

Czcionkami Drukarni Polskiej Tow. Akc. w Poznaniu, św. Marcin 70